

基于引导的“城市家具”产品创新设计

林璐¹, 于默², 徐乐祥¹

(1. 浙江理工大学, 杭州 310018; 2. 中国美术学院, 杭州 310024)

摘要: 通过分析城市家具形态符号的内涵: 现实生活中功能需求、审美取向、人文信息等内容, 并结合设计实例, 论述了城市家具形态符号中的隐含内容价值, 进而分析了功能需求、审美取向、人文信息等在城市家具产品设计中的可行性。在此基础上, 以工业设计理论为指导, 提出了城市家具产品设计中以功能性引导、审美性引导、人文性引导和经济性引导的合理性。

关键词: 和谐空间; 城市家具; 引导; 产品设计

中图分类号: TB472 **文献标识码:** A **文章编号:** 1001-3563(2011)10-0040-03

Product Innovative Design of "Urban Furniture" Based on Guidance

LIN Lu¹, YU Mo², XU Le-xiang¹

(1. Zhejiang Sci-Tech University, Hangzhou 310018, China; 2. China Academy of Art, Hangzhou 310024, China)

Abstract: By analyzing the meaning of the urban furniture's form symbol: function requirements, aesthetic orientation, humanity information in real life, and with design example, it discussed the value of hiding contents in urban furniture's shape symbol, and analyzed the feasibility of function requirements, aesthetic orientation, humanity information in urban furniture product design. Based on these, and directed by the theory of product design, it proposed the rationality of the guidance of functional, aesthetic, humanity and economy in urban furniture product design.

Key words: harmonious space; urban furniture; guidance; product design

随着科学的发展和技术的进步, 工业设计的内涵和外延正不断地扩大和进步, 设计创新不断促进人类生活、工作、休闲方式变革, 人们对精神世界、文化的渴望, 要求设计师思考的并不仅仅停留在“物”的本身, 设计师要思考的是“人、物、环境、文化”之间的和谐问题, 工业设计以提高人的生活质量为目标, 工业设计的本质为: 创造更合理的生存方式, 全面提升人的生存质量^[1]。

城市家具主要是指融合于城市公共空间中的元素: 如休闲座椅、公用电话亭、路灯、指路标牌、广告牌、城市雕塑及儿童游乐设施等。人们在公共空间中的文化生活是社会和谐的重要组成部分, 为构建和谐社会提供强大的精神支撑。“城市家具”产品设计是城市和谐公共空间规划与建设的重要部分, 也可以说是市民走出“小家”, 在“大家”生活必须的“家具”^[2]。因

此, 城市家具的设计要遵循工业设计的本质, 在满足城市居民在公共空间中的物质功能需求的同时, 更要强调精神上和文化上的人与人、人与环境、人与社会间的和谐共处, 以社会各阶层共同感知的精神家园为主题。引导城市居民(使用者)在公共空间中找到“家”的温馨感受, 随之产生城市主人意识^[3]。基于引导的“城市家具”产品创新设计研究是当前城市建设中值得关注的问题之一, 其研究能使城市公共空间得到和谐发展, 促进社会主义和谐社会的建设。

“城市家具”设计也可称为城市设施设计, 是典型的产品设计, 在现有的设计中存在以美学形态创造为重点, 忽略了产品开发中人文意识等相关思考的现象, 使城市家具设计存在一定的盲目性, 直接影响着城市居民的生活品质^[4]。基于引导的“城市家具”指具有一定引导城市居民集体意识功能的城市公共设

收稿日期: 2011-01-11

基金项目: 浙江省教育厅科研项目(Y200909750)

作者简介: 林璐(1977-), 女, 杭州人, 浙江理工大学讲师, 主要从事工业设计教学与研究。

施。基于引导的城市家具设计以工业设计理论为指导,通过功能性引导、审美性引导、人文性引导和经济性引导等,完善城市公共空间的服务功能,协调人与人、人与环境、人与社会的关系,使城市公共空间变得更加亲切、和谐。

1 功能性引导

随着城市结构的变化与生活水平的提高,人们的生活方式不断改变与提升,随之城市家具的功能出现了改变与提升,甚至产生很多新型的功能城市设施。如:随着城市人口数量的提高,城市卫生设施的数量相应提高;随着城市信息技术的广泛运用,城市家具中出现了信息化设施(城市信息终端、公共交通电子站牌等)。功能需求是人们对任何产品的最基本要求,城市家具的设计与规划要满足城市发展中产生的新型需求,同时也可以通过在城市家具的设计与规划中重视功能性引导来提升人们的生活质量,这也是引导型城市家具设计的重点——功能性引导。比如在同一城市中,对比每相距 25 m 左右设置一个垃圾桶的街心公园和面积相同但没有合理设置垃圾桶的街心公园,会发现前者卫生状况明显优于后者。这说明对于垃圾桶的功能认识相同的人们,随着垃圾桶的功能引导产生的行为方式是不同的。当然其结果也受到人们受教育的程度等因素影响,但公共空间中城市家具的功能性引导作用是不可被忽略的。相同的例子很多:如有分类垃圾桶的小区居民,对于垃圾分类的意识普遍高于没有分类垃圾桶小区的居民;社区附近有相应体育活动空间及设施的居民,要比社区附近没有相应体育活动空间及设施的居民运动健康意识更高。因此,在设计中设计者要使城市家具的功能在满足新型需求的基础上,从城市家具的使用人群入手,研究城市家具形态结构、使用方式和使用功能,设计出具有功能性引导的新型城市家具,从而通过城市家具的新型功能,引导人们以更环保、更自然的方式生活。引导准确置入的垃圾桶,见图 1,此款垃圾桶看似普通,但在垃圾桶的内部装在了一个声音传感器,使人们在向内丢垃圾时会发出类似物品掉入深渊的声音,使人们产生好奇,最终引导人们准确地将垃圾丢入垃圾桶。又如:杭州城市公共自行车租赁系统——其是一种新型的城市家具,引导人们在城市交通中选



图 1 引导准确置入的垃圾桶

Fig.1 The ashcan of accurate placement guidance

择使用自行车,一方面缓解交通问题,另一方面提升人们的运动及环保意识。总之,在城市家具设计中必须要思考功能性引导,通过功能性引导使人在公共空间中的行为产生自觉性,甚至在潜移默化中产生规范人行为的作用,创造更和谐的公共空间。

2 审美性引导

与私人家居空间中的布置与陈设体现着主人的审美情趣及文化修养一样,城市家具设计也反映这个城市丰富的文化与艺术内涵^[9]。城市家具不如某一标志性建筑那么引人注目,但对城市居民(使用者)更具有直接意义,它可以是最生活化的公共艺术品,其整体艺术性的提高,对整个城市居民的审美意识提升有着重要的作用。城市家具设计中的审美性引导指:一方面,设计中提高城市家具本身的整体艺术性,使城市家具不仅满足人们的物质功能层面需求,更要成为一种日常生活化的审美标志,满足人们的精神需求,引导民众整体审美意识的提高。另一方面,设计中通过使用方式及巧妙的布局,使城市家具成为人们在城市公共空间中发现城市美的“红色箭头”,引导人们发现属于这个城市的独特的美好景象^[9]。如:在杭州西湖边设计了大量的休息座椅,这些休息座椅面对西湖并采用双人椅的尺寸设计,每个座椅间相隔 15 ~ 20 m,其引导人们面对西湖安静地坐下,并且相互间不会受到干扰。这种休息座椅通过尺寸的控制及疏松整体布局,引导着人们观看西湖的最美——安静、甜美。又如:儿童活动中心的城市家具产品,见图 2,其产品形态、色彩等方面都引导儿童对生物或鲜艳色彩的审美取向。总之,在城市家具设计中必须要思考审美性引导,使城市里出现的不再是只有使用功能



图2 引导儿童审美的城市家具产品

Fig.2 The urban furniture product of children' aesthetic guidance

的器具,通过城市家具不知不觉中将艺术点滴带入城市公共空间,同时使人们发现城市的美好,提升城市居民的整体审美意识。

3 人文性引导

城市家具的设计是要在重视市民多样化需求的基础上,以人为核心,研究该城市人的行为、生活习惯、人文传统等因素为前提,营造亲切、宜人的公共空间的重要组成部分。城市家具设计中的人文性引导指:首先,每个城市都有自己独特的传统和特色的文化,它是历史积淀和人们创造的结晶。城市家具的设计中,不仅要通过各种人文元素及符号在设计中的运用来突出城市个性和特色,展现特定地域的文化,更通过具有地域文化氛围,带有地方特征的城市家具,唤醒并引导该城市居民对城市人文传统的记忆与认识,营造居民对城市的认同感和归属感。如:2009年京杭运河周边环境改造中,杭州大关桥下设计了一组民间抗金的公共雕塑,使当地的居民了解了南宋时期大关桥边发生的英勇事迹,同时使人们对自己居住的城市的历史及人文特色产生多角度的思考,产生认同感和归属感。城市家具完全可以作为城市文化的一种载体,把富有特色的文化符号应用在设计中,传统元素与现代设计手法巧妙结合,引导各个城市文化中的传统精神和文化理念被市民接受与传承。其次,随着社会的进步,近年在大多数城市公共空间设计中,设计者都能够自觉关注以前设计过程中被忽略的人文关怀因素。如:关注社会弱势群体的需要,在公共人行道中出现了大量的盲道;每个建筑的出入口,出现了残疾人通道。同样,城市家具设计中的人文关怀性引导也要被重视,每个设计中要对老人、幼儿和残疾人士等弱势群体的需求,做深入思考^[7]。如:指示系

统中路牌等说明性文字的字号设置要充分考虑老年人的视力问题,字号不能过小。又如:由于阴井盖没有盖好而使过路人不慎掉下的事故时有发生,特别是那些上了年纪的人或者小孩,为了避免类似的情况一再发生,也为了更好的给路人提个醒,韩国设计师对安全问题的思考特别设计了一款阴井盖,一种会发光的盖子,见图3。它的内外2个圆环均采用发光系统,



图3 引导人文关怀的阴井盖

Fig.3 The manhole covers of humanity caring guidance

当盖子被移开后,这2个圆环就会发出荧光,即使是在黑暗中也体现出一份人文关怀。总之,城市家具设计中人文性引导的思考,可以使城市家具的设计体现出政府和设计者的人文关怀,并能将城市地域文脉特色传达出来,引导人们在使用过程中感受到社会的人文关怀,产生城市主人意识,促进和谐社会形成。

4 经济性引导

城市家具设计中的经济性引导指:一方面,是最为直接地运用城市家具的指示系统等结合商业广告引导并促进城市经济繁荣,如:城市中出现的带有广告展示位的垃圾桶,公共交通站的大幅商业广告等^[8]。另一方面是相对宏观的引导,城市家具作为城市建设的软装饰,周到细致的设计、合理的布局和醒目的城市符号能使居民和游客切身体会到来自城市管理者和设计者的无微不至关怀,引导人们对不同城市文化与精神特征产生记忆,在无形中为城市做广告宣传,成为更多人来此旅游、学习、创业的诱因,从而创造潜在经济价值,促进各城市区域之间的和谐。

5 结语

城市家具设计中每个产品都可以通过功能性引导、审美性引导、人文性引导和经济性引导的思考来提升“城市家具”产品设计的创新性,提高城市公共空

(下转第54页)

心理感受,对于设计改进也非常有用。在上下文方法的操作过程中,用户知道研究人员的存在,而不像自然观察法那样会觉察不到观察者。在时间上,上下文方法可以进行几个小时,也可以进行一整天,视用户的状态而定。上下文调查的结果可以帮助研究者确定设计方法,计划下一个研究活动,制定将来研究和创新的方向,因此,上下文方法也是观察法的一个很好补充。

自体验式的观察是一种常见的辅助观察手段。在整个观察过程中,体验者假设自己成为另外一个客观的观察者,在身旁一侧观察自己的行为过程,无论是在操作一部手机还是在阅读一行文字,或是自己凝神遐思,另外一个“自我”好像都能够看得真真切切。观察过后,需要写一个自我陈述报告,详尽的描述出自己的行为过程,同时还需将自己的思维过程和情感体验记录下来,以弥补自我陈述的不足。在实际设计项目中,产品设计师因为工期紧张的缘故,无法对产品的最终用户展开细致详尽的观察实验,常常用自体验来代替,结合设计经验设计新产品,这种方法有时也是可行的。自体验式观察存在的不足主要是设计师容易用自身体验代替用户最终体验,需要借助用户访谈来弥补。

在实地研究中,被试的认知过程难以从简单观察用户行为过程中获得,而需要通过对其眼球运动轨迹、注视时间和注视次数等指标加以考察,这些研究指标反映了用户的操作动机和认知过程。在实地观

察过程中,由于一些观察研究中的用户并不知情,如观察医生、病人、涉及个人隐私的活动时,出于伦理等原因,需要预先通知用户。

6 结语

总之,作为一种快捷、经济、有效的设计方法,观察方法有必要在产品设计研发的前期作为用户调查的一种有效手段得以实施,在设计教学中也值得推广。

参考文献:

- [1] GRAVETTER F J.行为科学研究方法[M].西安:陕西师范大学出版社,2005.
- [2] 沈婕.观察是创造的起源[J].包装工程,2010,31(2):153.
- [3] 李乐山.人机界面设计[M].北京:科学出版社,2004.
- [4] GALOTTI Kathleen M.认知心理学[M].西安:陕西师范大学出版社,2005.
- [5] 李乐山.工业设计心理学[M].北京:高等教育出版社,2004.
- [6] 谢佛·理查德.社会学与生活[M].北京:世界图书出版公司,2006.
- [7] 王婧菁,何人可.产品设计在培育消费者忠诚中的作用[J].包装工程,2006,27(2):208-209.
- [8] 巴比·艾尔.社会研究方法[M].北京:华夏出版社,2005.
- [9] LOFLAND John. Analyzing Social Settings[M].Wadsworth: CA,1995.
- [10] 董建民.人机交互:以用户为中心的设计和评估[M].北京:清华大学出版社,2003.
- [1] 郑也夫.城市社会学[M].上海:上海交通大学出版社,2009.
- [2] 翁剑青.城市公共艺术:一种与公众社会互动的艺术及其文化的阐释[M].上海:东南大学出版社,2004.
- [3] 王洪义.公共艺术概论[M].杭州:中国美术学院出版社,2007.
- [4] 诺曼.情感化设计[M].付秋芳,程进三,译.北京:电子工业出版社,2005.
- [5] 于默,林璐.城市家具设计的审美引导[J].艺术界,2007(1):132.
- [6] 毛溪.设计和社会学的跨界研究[J].包装工程,2008,29(11):122-124.
- [7] 左铁峰,梁军.产品设计形态语言分析[J].包装工程,2008,29(11):137-139.

(上接第42页)

间的环境质量,但在具体设计中可以有不同侧重。总体来说,基于引导的城市家具设计,要以满足不同阶层居民对物质和精神生活的需求,体现城市特有艺术内涵,传承城市传统文化和人文精神,引导人们感知社会人文关怀,以促进公共空间的和谐为目的,促使人们在城市公共空间中找到“家”的温馨感受,更加依恋和热爱生活的城市。

参考文献:

- [1] 许喜华.工业设计概论[M].北京:北京理工大学出版社,2008.